

BAB V

PENUTUP

5.1 Pembahasan Hasil Penelitian

Eksistensi diri dapat diartikan suatu konsep dimana individu membangun keberadaan di lingkungan sosialnya. Menurut Frankl (Syamsidar & Astrid, 2019), merujuk pada kemampuan seseorang untuk mengatasi dirinya sendiri dan menetapkan dirinya sendiri dan menetapkan tujuan hidup agar mereka dapat menjadi manusia. Menurut Smith (Afrizal, 2016:6-7), individu dapat dikatakan mencapai eksistensi diri ditunjukkan dengan sembilan ciri-ciri yaitu kesadaran diri, kepercayaan diri, harga diri, kesadaran akan peran, kesadaran akan kekuatan misi pribadi, daya tarik pribadi, kesadaran akan keunikan diri, konsistensi dalam kehidupan, serta ketenangan dan kedamaian. Berdasarkan dari proses pengambilan data yang telah dilakukan, dapat diketahui secara umum para informan mampu mencapai eksistensi dirinya sebagai *influencer*.

Ciri pertama: Kesadaran diri merupakan pemahaman yang mendalam tentang diri sendiri, meliputi pengenalan terhadap potensi, keterbatasan, serta gaya dan cara individu berinteraksi dengan dunia. Ciri ini mendukung definisi dari eksistensi sendiri untuk individu menggali dan mengenali dirinya dapat berpengaruh pada apa yang sedang dikerjakannya. Berdasarkan data yang diperoleh, ketiga informan mampu mengidentifikasi potensi dan tantangan yang dialaminya selama menjadi *influencer*. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Lestari dan Rohmah (2023) yaitu kesadaran diri dilihat dari kesadaran informan untuk mengenali kelebihan dan kelemahan yang ada pada dirinya melalui setiap konten yang dibagikannya.

Ciri kedua: Kepercayaan diri merupakan kapasitas individu untuk mengidentifikasi aspek-aspek positif dalam berbagai situasi. Ciri ini mendorong individu untuk mampu mengatasi dirinya sendiri melalui sikap-sikap optimisme yang dimunculkan. Berdasarkan data yang diperoleh, para informan pernah

mendapatkan pengalaman baik dan buruk. Pengalaman tersebut mendorong informan untuk tetap memilih mengambil sikap positif dalam berbagai situasi.

Ciri ketiga: Harga diri tercermin dari sejauh mana individu mampu mengalihkan perhatian pada kebutuhan orang lain atau pada tugas yang sedang individu kerjakan. Ciri ini sesuai dengan definisi eksistensi diri dimana individu membangun keberadaannya dengan memberikan kontribusi pada lingkungannya. Berdasarkan data yang diperoleh pada ciri ini ditemukan titik temu, bahwa para informan merasa reaksi dari para pengikut dirasa lebih penting, karena adanya interaksi dua arah yang terjadi antara informan dengan pengikutnya. Ini sejalan dengan hasil penelitian Islami (2022) dimana para pengguna media sosial mendapatkan penilaian yang baik berdasarkan pencapaiannya.

Ciri keempat: Kesadaran akan peran adalah pemahaman mendalam tentang tanggung jawab dan fungsi yang melekat pada diri individu. Ciri ini mendukung definisi eksistensi diri dimana individu mampu untuk memberikan ketetapan pada dirinya dengan mewujudkannya yang melekat pada dirinya. Berdasarkan data yang didapat, para informan memahami akan adanya tugas tanggung jawabnya baik untuk dirinya sendiri maupun orang lain. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Suliyana, Purwanti, dan Rifayanti (2024) bahwa perilaku yang dicirikan dengan rasa tanggung jawab muncul akibat adanya kemungkinan konten yang dibuat akan ditiru oleh orang lain.

Ciri kelima: Kesadaran akan kekuatan misi pribadi adalah pemahaman yang jelas tentang tujuan hidup, disertai dengan semangat yang membara untuk mewujudkannya dan kemampuan untuk tetap fokus pada tindakan-tindakan yang mendukung pencapaian tujuan tersebut. Ciri ini mendukung definisi dari eksistensi diri dimana individu mampu untuk menetapkan tujuan hidupnya kedepan. Berdasarkan data yang ditemukan, ketiga informan memiliki keinginan untuk berbagi informasi kepada para pengikutnya.

Ciri keenam: Daya tarik pribadi adalah kombinasi dari sifat, karakteristik, dan kemampuan yang membuat seseorang terlihat menarik dan mengesankan bagi orang lain, sehingga mempengaruhi penilaian mereka. Ciri ini mendukung definisi dari eksistensi diri, dimana individu dapat mengenali dan memanfaatkan daya tarik

dimiliki untuk mempengaruhi lingkungan disekitarnya. Berdasarkan data didapat, para informan telah menemukan caranya masing-masing untuk dapat menarik para pengguna media sosial lainnya.

Ciri ketujuh: Kesadaran akan keunikan diri adalah pemahaman bahwa setiap individu memiliki kualitas dan karakteristik yang unik. Ciri ini mendukung definisi eksistensi diri, dimana individu mampu menentukan karakteristik diri sebagai individu tunggal sehingga tidak memiliki apa yang dimiliki orang lain. Berdasarkan data yang diperoleh, para informan belum atau tidak menemukan karakteristik yang membedakan ketiga informan dengan orang lain. Para informan menyadari bahwa memiliki keunikan diri menjadi hal penting dalam statusnya sebagai *influencer*.

Ciri kedelapan: Konsistensi dalam kehidupan merefleksikan kemampuan individu untuk mempertahankan integritas tujuan dan prinsip-prinsipnya, terlepas dari dinamika lingkungan yang terus berubah. Ciri ini memberi penegasan pada ciri kelima, bahwa adanya tujuan dapat menjadi prinsip hidup bagi setiap individu, serta untuk memberikan ketegasan diri di tengah lingkungan yang dapat berubah-ubah. Berdasarkan data yang diperoleh, para informan memiliki caranya masing-masing dalam menjaga konsistensinya sebagai *influencer*.

Ciri kesembilan: Ketenangan dan kedamaian adalah kondisi mental yang stabil dan damai, yang memungkinkan seseorang menghadapi berbagai masalah dengan pikiran yang jernih dan tanpa emosi. Ciri ini menegaskan pada ciri kedua, bahwa sikap positif yang dimunculkan dapat berdampak pada kondisi mental individu. Berdasarkan data yang diperoleh, para informan pernah mengalami hal yang kurang baik selama menjadi *influencer*, baik itu yang timbul dari dalam diri maupun diluar diri informan. Para informan mampu mengambil langkah untuk tetap mengusahakan diri berada pada sikap positif. Namun yang menjadi pembeda dari setiap informan adalah proses pengolahan emosi dan langkah untuk mengatasi hal yang terjadi.

Secara umum pengalaman yang telah dilalui informan telah sesuai dengan acuan teori yang digunakan pada penelitian ini. Namun peneliti ingin memperkuat terkait sejauh mana para informan mencapai eksistensi dirinya sebagai *influencer*.

Menurut Frankl (Afrizal, 2018:6) eksistensi diri dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu spiritualitas, kebebasan, dan tanggung jawab. Berdasarkan proses pengambilan dan pengolahan data yang telah dilakukan oleh peneliti, apabila mengacu pada tiga faktor pengaruh tersebut dapat ditarik secara garis besar bahwa ketiga informan penelitian eksisten dengan dirinya sebagai *influncer*. Pertama, para informan mampu menceritakan dan melalui proses spiritual yang dialaminya dengan status sebagai *influencer*. Kedua, para informan mampu untuk menentukan kebebasan serta mengetahui maksud dan tujuan dengan adanya kebebasan. Ketiga, para informan mampu untuk mempertanggungjawabkan tugasnya terhadap dirinya sendiri dan orang lain.

Pertama, faktor spiritualitas diartikan sebagai pengalaman yang dipengaruhi oleh lingkungan fisik. Ditemukan kesamaan proses ketika memulai aktivitas spiritual yang dilalui oleh ketiga informan. Aktivitas spiritualitas berupa refleksi diawali pada saat ketiga informan mulai menjumpai permasalahannya masing-masing yang dijumpai sebagai seorang *influencer*. Ketiga informan memilih untuk melakukan refleksi diri untuk menggali lebih dalam tentang hal-hal yang mempengaruhi prosesnya menjadi seorang *influencer*. Hal membuat ketiga informan mengambil sikap untuk melakukan perbaikan diri. Selain refleksi, ketiga informan juga berdoa sebagai bentuk syukur atas hal yang telah diterima. Berdoa menyadarkan pada informan bahwa hal-hal yang diperolehnya atas campur tanganNya. Melalui berdoa dapat menjadi bagian dalam perbincangan yang tidak hanya sekedar memohon namun rasa syukur yang disampaikan. Sejalan dengan penelitian dari (Oktavia & Pipih, 2021) spiritualitas menggambarkan pengalaman batin subjektif pada individu sehingga merasakan keinginan yang kuat dalam pemaknaan hidup.

Kedua, faktor kebebasan diartikan untuk memungkinkan individu mengeksplorasi dan mengembangkan potensinya. Teori ini sejalan dengan pengalaman yang dialami oleh ketiga informan, dimana masing-masingnya memiliki kebebasan untuk mengekspresikan diri di media sosial. Dimana ketika informan memilih untuk menentukan batas kebebasannya sendiri agar mampu menyeimbangkan pekerjaannya sebagai *influencer*, dimana ketika mendapatkan

tawaran untuk memasarkan produk ada MOU / TNC yang dibuat agar tetap berada pada dirinya sendiri. Namun peneliti menemukan titik beda pada faktor ini.

Ketiga, faktor tanggung jawab diartikan sebagai konsekuensi atas kebebasan yang telah dipilih. Berdasarkan data, ketiga informan merasa memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi yang benar dan sesuai fakta. Para informan menyadari bahwa konten yang dibagikan dan diperlihatkan kepada pengikutnya akan memberikan pengaruh.

Menjadi seorang *influencer*, gambaran luas yang dipahami banyak orang selalu dihadapkan dengan ketenaran, mengejar *cuan* lewat internet bahkan menjadi pusat perhatian atau *role model* apapun sesuai bidangnya. Namun, sedikit sekali individu masuk ke dalam batin setiap orang untuk mengetahui apa tujuan luhur yang ingin dicapai oleh seseorang individu. Melalui penelitian ini, ketiga informan sedang berproses untuk masuk ke dalam diri, melihat eksistensi dirinya masing-masing sebagai seorang *influencer* dengan berbagai macam alasan dan upaya untuk mencapai tujuan masing-masing: *sharing* kehidupan sehari-sehari, merawat *track record*, menambah rezeki, *passion* di bidang tersebut hingga ingin tidak membebankan diri terhadap orang tua. Semua tujuan ini, membawa para informan kepada puncak eksistensi dirinya masing-masing untuk menjadi yang terbaik pada bidang yang digelutinya. Sejalan dengan penelitian, (Janet, 2022) bahwa manusia membutuhkan eksistensi diri untuk menunjukkan keberadaannya sebagai makhluk sosial

5.2 Refleksi

Dalam proses penelitian kali ini, merupakan penelitian yang cukup menarik untuk peneliti. Penelitian ini membutuhkan waktu yang cukup lama, terutama pada penentuan informan. Peneliti memperoleh banyak pembelajaran, pengalaman dan juga pengetahuan baru dari ketiga informan mengenai kehidupan profesi mereka sebagai *influencer* meliputi, perintisan karir mereka, pengalaman personal, pemaknaan subjektif mereka terhadap diri mereka sendiri hingga pola hidup dan cara berfikir kreatif informan sebagai *influencer*. Melalui itu semua, terdapat berbagai pembelajaran baru yang peneliti terima. Adapun berbagai pembelajaran baru yang peneliti dapatkan:

- a. Proses kreatif dalam pembuatan konten dan juga pengaplikasian cara tersebut secara aplikatif pada sosial media yang dijabarkan oleh informan, membawa peneliti kepada proses pengerjaan penelitian ini, agar bisa lebih meluaskan pandangan lagi terhadap sebuah pernyataan dan data terkait
- b. Menjadi wadah untuk meningkatkan kemampuan wawancara, mengolah data, menganalisa yang mendalam atau berkomunikasi dengan baru terlebih menggunakan metode penelitian kualitatif
- c. Pada penelitian ini , peneliti akhirnya melihat padatnya waktu para informan yang dikarenakan tuntutan profesi mereka, sehingga peneliti mendapatkan pelajaran terkait manajemen waktu yang baik dalam proses penjadwalan sebuah wawancara dan beberapa hal penunjang lain dalam penelitian.

Penelitian kali ini memiliki judul yang sangat abstrak bagi peneliti dan juga bagi informan. Peneliti dituntut untuk bisa menyederhanakan hal tersebut melalui pertanyaan yang akan memunculkan jawaban yang sesuai dengan tujuan. Adapun kesamaan langkah awal dari ketiga informan yaitu, awal memulainya sebuah karir. Ternyata, proses penciptaan kreasi yang pertama kalinya membuat mereka sampai pada titik dimana mereka berkecimpung pada dunia entertain dengan format sosial media (digital).

Menjadi seorang *influencer* itu memang sangat berat karena penuh dengan hal-hal yang selalu bergulir cepat. Kecepatan *trend* saat ini, menuntut mereka untuk bisa beradaptasi dengan cepat pula, sehingga seringkali tidak pernah memikirkan siapa diri mereka sebenarnya. Jalan yang mereka tempuh ini, juga memberikan dampak positif mereka dalam bentuk material hingga *networking*. Sehingga sangat penting untuk informan menyadari kembali dorongan apa yang membuat mereka sampai di sini, itupun membuat peneliti juga ikut tersadarkan.

Penelitian ini, terdapat juga hambatan-hambatan yang didapati oleh peneliti pada proses penyusunan dan pengambilan data penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Kesulitan dalam menemukan informan dikarenakan tidak mudah mengajak *influencer* dalam penelitian ini
- b. Kepadatan waktu informan, mengakibatkan proses pengambilan data menjadi lama

- c. Terdapat informan yang menunda wawancara karena adanya proses karantina karena sedang mengikuti ajang kompetisi

Eksistensi diri ini, menjadi sebuah judul dengan beban pada definisi yang ringan, rata-rata informan berat memahami apa yang peneliti tanyakan, di karenakan bedanya pemahaman pengetahuan dan juga pekerjaan yang digeluti oleh informan dan peneliti. Terlepas dari beban pemahaman itu semua, penelitian ini masih jauh dari kata sempurna serta masih memerlukan banyak perbaikan dan tindak lanjut dengan penelitian lanjutan yang lebih mendetail, hal tersebut membuat peneliti berusaha mengambil pembelajaran baru dari segala kekurangan dan hambatan selama proses penyusunan penelitian.

5.3 Simpulan

Penelitian ini mengangkat judul “Gambaran Eksistensi Diri Pada Influencer” yang meneliti tentang sejauh mana *influencer* mengetahui eksistensi dirinya. Terdapat sembilan ciri-ciri eksistensi diri yaitu kesadaran diri, kepercayaan diri, harga diri, kesadaran akan peran, kesadaran akan kekuatan misi pribadi, daya tarik pribadi, kesadaran akan keunikan diri, konsistensi dalam kehidupan, serta ketenangan dan kedamaian. Kesembilan ciri tersebut menjadi pedoman dalam proses wawancara dengan ketiga informan. Berdasarkan data yang sudah dikumpulkan dan diolah, secara garis besar dapat disimpulkan bahwa informan mampu mencapai eksistensi diri. Kesembilan ciri-ciri tersebut sudah terjawab dan sesuai dengan acuan teori yang digunakan.

Selain itu, terdapat tiga faktor pengaruh yang menjadi hakikat eksistensi diri yaitu spiritualitas, kebebasan, dan tanggung jawab. Berdasarkan teorinya tiga faktor tersebut selaras dengan hasil data yang telah diolah. Peneliti juga menemukan titik temu dan titik beda dari ketiga informan penelitian. Dari penelitian ini, apa yang menjadi tujuan penelitian ini menurut peneliti belum sepenuhnya menggambarkan eksistensi diri pada *influencer*. Masih ditemukan dari hasil penelitian bahwa ketiga informan belum menemukan ciri khasnya sebagai *influencer*, serta adanya proses pengelolaan emosi yang belum mencapai ketenangan dan kedamaian. Sehingga, masih diperlukan proses yang lebih panjang untuk menemukan lebih dalam eksistensi diri dari para informan

5.4 Saran

Berikut merupakan beberapa saran yang diajukan oleh peneliti terhadap beberapa pihak:

1. Bagi Informan

Saran yang dapat peneliti berikan bagi informan adalah tetap menjaga kualitas dan motivasi awal menjadi seorang *influencer* sehingga tidak terintervensi oleh keinginan untuk bisa *viral* saja melainkan juga memikirkan tanggung jawab sosial terhadap penikmat konten. Diharapkan juga tetap berkarya sesuai dengan kebebasan masing-masing sehingga menghasilkan konten yang sesuai dengan diri sendiri.

2. Bagi Para *influencer*

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada para *influencer* adalah memikirkan kembali konten yang dibuat terhadap dampak yang terjadi kedepannya dan sebaiknya membuat konten yang tidak melanggar etika serta norma yang ada di dalam struktur sosial kehidupan.

3. Bagi Para Penikmat Konten

Bagi para penikmat konten yang selalu mengonsumsi konten yang ada pada sosial media, untuk bisa lebih memilih konten apa yang bisa dikonsumsi sehingga bila menemukan konten yang tidak sesuai dengan etika maka lebih baik dihindari karena tidak memberikan dampak yang baik.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai Eksistensi Diri pada *Influencer* untuk lebih mendalami detail-detail terkait faktor-faktor yang terjadi pada eksistensi diri dan menjangkau *informan* yang memiliki kapasitas pengaruh lebih jauh lagi terhadap penikmat konten.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Fattah Nasution. (2023). *Metode Kualitatif*, Bandung, CV. Harfa Creative.
- Abednego, F., Kuswoyo, C., Lu, C., & Wijaya, G. E. (2021). Analisis Pemilihan Social Media Influencer Pada Instagram Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kualitatif Pada Generasi Y Dan Generasi Z Di Bandung). *Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 57-73.
- Aeni, N. (2022). Analisis Pengaruh Influencer dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Skon Care Larissadi Kudus (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Aprilia, N. (2016). *Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas* (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).
- Aulia, A. A., Situmorang, L., & Boer, K. M. (2022). Tradisi Rewang Sebagai Implementasi Fungsi Komunikasi Sosial Dalam Mempertahankan Solidaritas Masyarakat Rawa Makmur Kecamatan Palaran. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 10, 15-25.
- Azizah, Miftakhul Elita, and Musthofa Hadi. (2018). "Pengaruh Selebgram Lifestyle (Selebriti Dan Endorser Instagram) Terhadap Minat Pembelian Pada Media Sosial Instagram (Studi Eksplanatif Pada Followers Selebgram @Joyagh)." *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis* 3(2):13–18.
- Burke, K. E. (2017). *Social Butterflies: How Social Media Influencers are the New Celebrity Endorsement* (Thesis). Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, VA.
- Braun, V. &. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*. http://eprints.uwe.ac.uk/11735/2/thematic_analysis_revised_-_final.pdf, 3(2), p.77-101.

Cambridge Dictionary (2020). Cambridge: Cambridge University Press.

Chaplin, J.P. 2000. Kamus Lengkap Psikologi. Jakarta: Rajawali.

Fereday, J., & Muir-Cochrane, E. (2006). Demonstrating rigor using thematic analysis: A hybrid approach of inductive and deductive coding and theme development. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(1), 80-92

Glucksman, M. (2017). The Rise of Social Media Influencer Marketing on Lifestyle Branding: A Case Study of Lucie Fink Morgan Glucksman Strategic. *Course Hero*, 8(2), 77–87.

Janet, Della (2022). Hubungan Antara Eksistensi Diri dengan Pengungkapan Diri Melalui Media Sosial Instagram pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung. Prosiding KONSTELASI ILMIAH MAHASISWA UNISSULA (KIMU) 7 Universitas Islam Sultan Agung <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol26.iss1.art1>

Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self branding, 'Micro-Celebrity' and the Rise of Social Media Studies, 8(2), 191–208. *Influencers. Celebrity* <https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1218292>

Lestari, A. T., & Ni'matu Rohmah, A. (2023). Penggunaan Instagram sebagai bentuk Eksistensi diri pada konten kreator Irfan Ghafur. *Ejournal S1 ilmu komunikasi*, 1, 167-176

Mahdia, A. (2018). Pengaruh konten influencer di media sosial terhadap kesejahteraan psikologis remaja akhir. *Jurnal ilmiah psikologi*, 11(2).

Majid, M. F. A. F. (2021). Membangun Konsistensi Belajar melalui Self Control dan Self Consciousness. *Jurnal PAI Raden Fatah*, 3(1), 1-13

McQuail, D. 2011. Teori Komunikasi Massa McQuail. Jakarta: Salemba Humanika

Meifitri, M. (2020). Fenomena Influencer Sebagai Salah Satu Bentuk Cita-Cita Baru di Kalangan Generasi Zoomer. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 2(2), 69-82.

Mustaqimma Nurul. (2021) The Self Concept of Generation Z Users of The Tiktok Application in Rokan Hulu Regency. *Medium Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*. Vol.9 No.2
[https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).8430](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).8430)

Neuman, W. L., (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, 7th Edition, Pearson Education Limited, Harlow.

Oktavia, Wildani & Pipih Mushopilah. (2021) Model Konseptual Resiliensi di Masa Pandemi Covid-19: Pengaruh Religiusitas, Dukungan Sosial dan Spiritualitas. *PSIKOLOGIKA Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*. Volume 26 Nomor 1, Januari 2021: 1-18 DOI:10.20885/psikologika.vol26.iss1.art1

Poerwandari, E. K. (2013). *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Fakultas Psikologi Universitas Indonesia Kampus Baru UI - Depok: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3).

Prilleltensky, I., & Prilleltensky, O. (2006). *Promoting well being*. New Jersey: John Wiley & Son.

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: alfabeta

Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Online di Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 107–116.
<https://doi.org/10.14710/jab.v11i2.42602>

Sitasari, N. W. (2022). Mengenal analisa konten dan analisa tematik dalam penelitian kualitatif. In *Forum Ilmiah* (Vol. 19, No. 1, pp. 77-84)

Suliyana, N., Purwanti, S., & Rifayanti, R. (2024). ANALISIS PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI EKSISTENSI DIRI PADA SISWA SMA NEGERI 1 SILUQ NGURAI.

Sugiharto, S. A., Ramadhana, M. R., Psi, S., & Psi, M. (2018). Pengaruh kredibilitas influencer terhadap sikap pada merek (studi pada mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal ilmu politik dan komunikasi*, 7(2).

Utami A.H. (2021). Media Baru dan Anak Muda: Perubahan Bentuk Media Dalam Interaksi Keluarga. *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga*. Vol.11 No.1 Januari-Juni 2021:8-18

Valiant, V. (2020). Instagram Sebagai Media Eksistensi Diri. *Perpustakaan Fikom UPI YAI*.

We Are Social. (2019). Digital in 2019. Retrieved July 26, 2019, dari <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>